

A decorative wreath of holly leaves and red berries surrounds the text. The leaves are green with serrated edges, and the berries are small and round, some on thin stems.

Sunday
MARKET



Agencia de publicidad GEN Z

Elsa Kayol Tapias
Alba Puerta Leuza
Sara Paniagua García



ÍNDICE

1. Investigación	6
1.1 Competencia	7
1.2 Análisis estadístico	16
1.3 Hábitos de consumo	20
1.4 Nuestro producto/ marca	22
1.5 DAFO	24
2. Estrategia	26
2.1 Objetivos	26
2.2 Segmentación	27
2.3 Estrategia de segmentación	30
2.4 Insight	30
3. Acciones y medios	32
3.1 Acciones previas	32
3.1.1 "Yo Sunday tú Market"	32
3.1.2 Carteles	36
3.1.3 "¿A dónde me llevan estas huellas?"	38
3.1.4 Maniqués	39
3.2 Acciones durante el Sunday Market	39
3.2.1 "Búscate a un amigo"	40
3.2.2 Chocolatada	42
3.2.3 Grupos música	46
3.2.4 Azafatas	47
3.2.5 Decoración fachada	48
4. Planificación temporal	50
5. Bibliografía	60



1. INVESTIGACIÓN

El Sunday Market es un mercado regional, enfocado principalmente hacia la provincia de Castilla y León. Podríamos mencionar también la provincia de Madrid debido a su proximidad a la capital vallisoletana. Además, la población de Madrid suele viajar hacia otras zonas de España los fines de semana, "escapando" así del ruido y ajetreo de la capital.

1.1 COMPETENCIA

SWEET MARKET SALAMANCA

Esta feria sería la que más se asemeja al Sunday Market, ya que también se trata de un mercado dónde se ofrecen productos de moda y complementos, dura un par de días y se celebra en diferentes épocas del año.

En abril de 2022, los días 9 y el 16, se celebró en la Plaza de la Libertad de Salamanca¹ y en el año 2021 tuvo lugar en el Hotel Alameda Palace, el día 28 de noviembre², por lo que supondría una gran competencia para nuestra feria.

Antes del COVID en el Sunday Market, para agradecer la estancia se hacían conciertos o masterclass³. Al igual que la edición de invierno en 2021 del Sweet Market dónde también contaron con la actuación en directo de Juan Eguiluz y Manuel Gómez, artistas procedentes de Salamanca⁴.

1. Nueva edición del Sweet Market Salamanca. (2022, 25 marzo). Noticias Salamanca. <<https://noticiassalamanca.com/empresas/nueva-edicion-del-xviii-sweet-market-salamanca/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]
2. El XVII Sweet Market Salamanca se celebrará este año de manera presencial. (201d. C., octubre 12). Noticias Salamanca. <<https://noticiassalamanca.com/empresas/xvii-sweet-market-salamanca/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]
3. Market, S. (2022, 4 octubre). ÚLTIMAS PLAZAS para la última edición del año! 16, 17 y 18 de DICIEMBRE! Éste es TU EVENTO si: - Quieres dar a conocer tu PRODUCTO o SERVICIO - Tienes una firma SÚUUPER BONITA - Volver a encontrarte con tus clientes - Quieres captar clientes nuevos - Y POR SUPUESTO disfrutar del fin de semana en Valladolid, trabajando si, pero en un ambiente muy agradable. Entra en el link de nuestro Bio y solicita información. ESTAMOS DESEANDO CONOCERTE!! #sundaymarket #sundaymarketvll #aishaeventos #market #Valladolid #popular #popupshop #moda #complementos #joyería #jewelry #art #gourmet #ilustraciones #madeinspain #hechoconamor #hechoenespaña #marcaespañola. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CJSoak-jKp4G/?utm_source=ig_web_copy_link> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]
4. *Ibid.*

MERCADO NAVIDAD VALLADOLID

Cada año se celebra un Mercado de Navidad en la Plaza Mayor de nuestra ciudad. El año pasado contó con una gran variedad de productos. Desde puestos de repostería, frutos secos, chocolate o embutidos hasta artículos navideños, cerámica, marroquinería, decoración de madera... Sin embargo, no se especializa de manera significativa en la moda, por lo que el Sunday Market podría aprovechar ese nicho de mercado que no queda del todo cubierto por este mercado navideño tan conocido por los vallisoletanos.

Además, el año pasado se realizaron sorteos. Por cada 10€ de compra, los consumidores recibían una papeleta para participar en el sorteo de cheques de 100€ (canjeables por artículos del mercado). Por otro lado, otro de los grandes atractivos de este mercado son que alrededor se instalan el Tío Vivo 1900, el tren navideño y el tradicional Belén. Además del gran árbol de navidad que siempre está en la Plaza Mayor por estas fechas⁵.

Está claro que este mercado cuenta con la mejor ubicación posible y reúne a muchos consumidores. Podríamos pensar que sus clientes no vendrán al SM porque preferirán ir a este otro mercado mucho más conocido y con más atractivo. Sin embargo, podemos aprovechar esta competencia a nuestro favor. Desde la Plaza Mayor hasta el Circulo de Recreo hay tan solo 5 minutos andando (fig.1). Por tanto, todos esos clientes que atrae el mercado de la Plaza Mayor, podemos aprovecharlos y, mediante acciones de comunicación, atraerlos fácilmente al Sunday Market. Por tanto, este mercado navideño más que una competencia podría ser una ventaja a aprovechar.



Figura 1. Aplicación mapas IOS

5. RAÚL (15/11/2021): "Mercado de Navidad de la Plaza Mayor de Valladolid" en Ocio Valladolid <<https://ociovalladolid.com/mercado-navidad-plaza-mayor-valladolid/>> [Consulta: 11 de noviembre, 2022]

MERCADO ARTESANAL NAVIDEÑO DE PALENCIA

Palencia es una provincia muy cercana a Valladolid por lo que los mercados que allí se realicen también pueden suponer una competencia para el Sunday Market. El mercado navideño de Palencia también se realiza en su Plaza Mayor. En este caso, se trata de un mercado artesanal que trata de poner especial atención en los más pequeños, pues son de los que más disfrutan esta celebración.

El año pasado se organizaron talleres enfocados a ellos, uno sobre el proceso creativo de la joyería y otro sobre aprender a construir robots. Ambos talleres se realizan de forma simultánea durante 18 días, habiendo sesiones de mañana y de tarde la mayoría de los días. Los productos artesanales que se ofrecen son muy variados: cosmética natural, quemadores de incienso, belenes, artículos de cuero, creaciones de diseño gráfico... Pero, una vez más, no eligen un solo mercado como puede ser el de la moda para el Sunday Market⁶.

MERCADO DE NAVIDAD DE SALAMANCA

El año pasado se celebró entre los días 1 de diciembre y 6 de enero, en el parque de la Alamedilla, situado cerca del centro de la ciudad. Se venden artículos de broma, cotillón, fruta, panadería, etc., todos los productos son principalmente de temática navideña (es obligatorio). La ambientación de todo el lugar será navideña. Organizado por la empresa Todos Tus eventos.

El precio por caseta es entre 1500 y 1800 euros (es asequible si consideramos que es todo el mes e incluye el pago de la luz y vigilancia). El precio por puesto en el Sunday Market es de entre 250 y 420 euros más IVA por los 3 días, es decir, es bastante más caro exponer en el Sunday Market⁷.

Por las fechas en las que se celebra hay otros eventos como el "Encuentro de las payasas en Salamanca, el espectáculo teatral "Con la cabeza en las nubes", el "Festival de la Magia" y la cabalgata de los reyes magos". Estos eventos hacen que haya más gente por la zona, haciendo que puedan pasar de paso por el mercadillo navideño⁸.

6. RADIO PALENCIA (03/12/2021): "El Mercado Artesanal Navideño de Palencia incorpora talleres para niños de creación de joyas y robots" en Cadena Ser <<https://cadenaser.com/castillayleon/2022/11/11/el-parque-eolico-pisuerga-tambien-se-cae-radio-palencia/>> [Consulta: 11 de noviembre, 2022]

7. Mercadillo Navideño Salamanca 2021/22. (2021, 26 noviembre). Noticias de Salamanca 2022. <<https://noticiasdesalamanca.es/2021/11/mercadillos-navideno-salamanca-2021-22.html>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

8. Navidad 2022 en Salamanca. Programación cultural y eventos de ocio. (2022, 22 noviembre). Agenda cultural y eventos de ocio en Salamanca. <<https://www.salamancalia.es/evento/navidad-2022-en-salamanca-programacion-cultural-y-eventos-de-ocio/>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

Figura 2. Twitter Jesús Herrera

Feria Outlet de Valladolid

Este año se celebró durante los días 7, 8 y 9 de octubre. Tiene lugar en la feria de muestras de Valladolid, se realiza durante 3 días y según cómo anuncian en su página web hay descuentos de hasta 80% en marcas como Calvin Klein, Tommy Hilfiger, NYX, Geox, Fila... de comercios de Valladolid. La primera se hizo en Valladolid el pasado octubre y con anterioridad se ha realizado en más ciudades de España como Madrid o Santander. Esta no ha tenido nada de éxito además podemos ver comentarios negativos acerca de la estafa de los descuentos y la queja por tener que pagar por entrar⁹.

9. Feria outlet en Valladolid. (2022, 6 octubre). Ocio Valladolid. <<https://ociovalladolid.com/feria-outlet-valladolid/>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

MOMAD

Esta feria se realiza en Madrid, en concreto en el espacio de IFEMA, dónde podemos ver puestos de ropa de diferentes estilos, calzado y accesorios. Sirve como escaparate para las tendencias de la temporada siguiente, se celebra dos veces al año. Además, no solo van aquellos amantes de la moda si no también profesionales del sector o personas que simplemente quieran pasar su tiempo en esta feria. En este encuentro también se muestran propuestas de jóvenes diseñadores para darse a conocer¹⁰.

En 2013 fue la primera edición de la feria MOMAD que antes se llamaba MOMAD Metrópolis. En esta feria encontramos productos artesanos¹¹. IFEMA se encarga de proporcionar y preparar el espacio para este evento. En la feria participan una media de 400 marcas de 12 países distintos.

10. ¿Qué es Momad? (s. f.). Momad. <<https://www.ifema.es/momad/que-es>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

11. Gran expectación ante la primera edición de Momad Metrópolis. (2013, 5 septiembre). Revista del Calzado. <<http://revistadelcalzado.com/gran-expectacion-ante-la-primera-edicion-de-momad-metropolis/>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

MERCADO DE NAVIDAD DE LEÓN

Este año se celebrará entre el 25 de noviembre y el 6 de enero en la Plaza de la catedral (las fechas de este mercadillo no coinciden con las del Sunday Market). La mayoría de los expositores son artesanos y comerciantes. Se venden productos de alfarería, antigüedades juguetes personalizados, inciensos, etc. El precio varía según el momento de la solicitud y el tipo de caseta, dentro de este precio vienen incluidos la seguridad, el agua y la electricidad¹².

En esas fechas no hay muchas actividades por la calle que puedan atraer a la gente. Si que hay alguna obra teatral, pero son todas dentro de teatros y no en la calle. Con esto podemos decir que no hay otras actividades que inciten a las personas a pasear por la zona y de paso ver el mercadillo.



Figura 4. Cope



Figura 5. Leonoticias

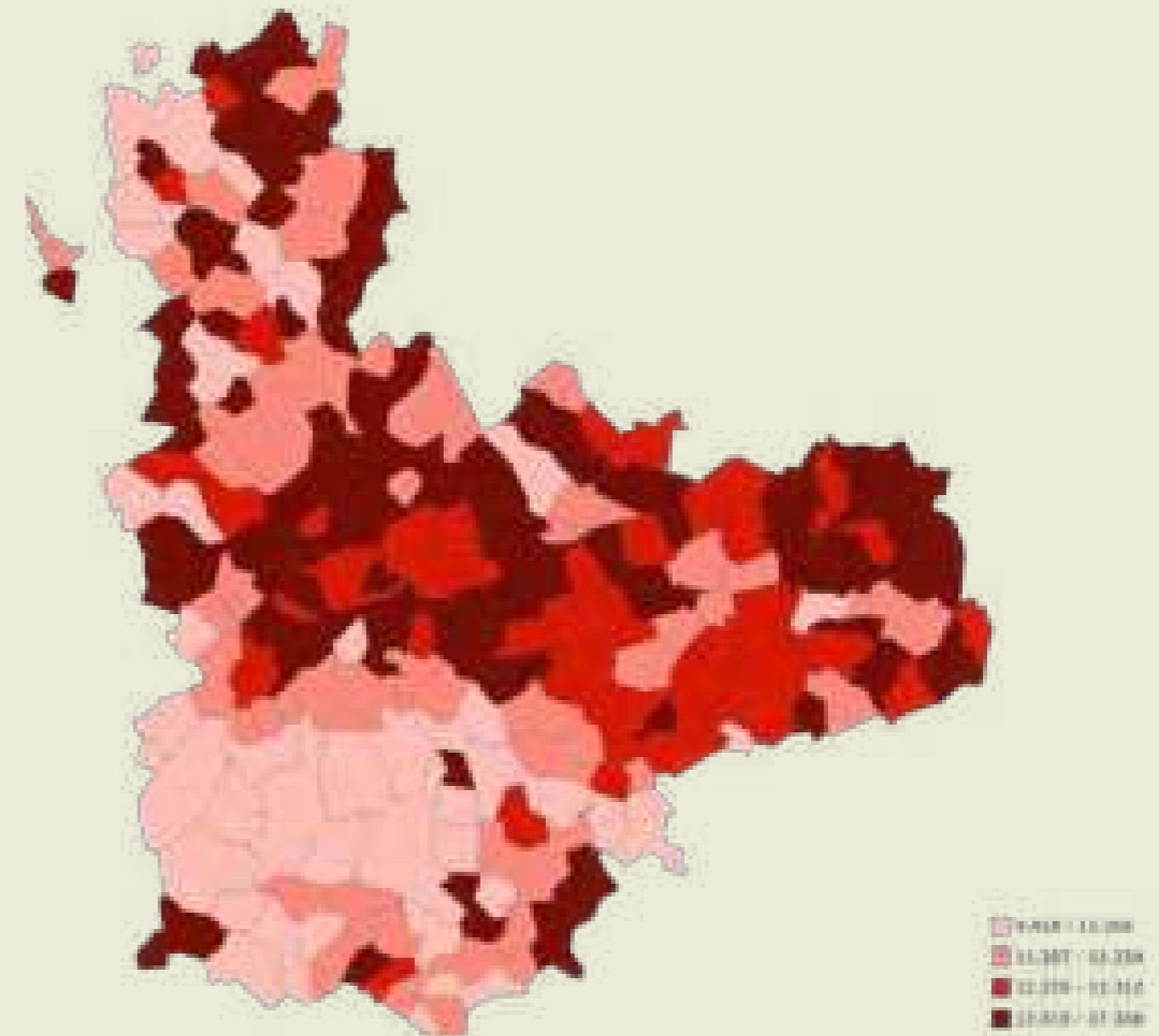
12. (2022, 12 octubre). 25 de Noviembre al 06 de Diciembre 2022 Feria de navidad en Leon. Informacion de mercados y ferias. <<https://www.demercadosmedievales.info/25-de-noviembre-al-06-de-diciembre-2022-feria-de-navidad-en-leon/>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

1.2 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

MAPA RENTA BRUTA MEDIA POR CP DE VALLADOLID¹⁴

RENTA BRUTA MEDIA POR CP DE VALLADOLID¹³

	RENTA BRUTA MEDIA
47001-Centro-Paseo Isabel La Católica-Plaza España	106.539
47016-Parquesol	39.085
47004-Recoletos-San Andrés-Caño Argales	35.244
47002-Centro-Universidad-Plaza San Juan	35.066
47015-Villa Del Prado	34.719
47003-Las Moreras-Rondilla-Hospital-Centro San Miguel	33.906
47008-Parque Alameda-Covaresa	32.578
47006-Paseo Zorrilla-Cuatro de Marzo	32.123
47007-Campo Grande-Arco Ladrillo	30.419
47009-La Overuela-Navabuena	28.432
47005-Plaza Circular-Las Batallas	24.610
47011-San Pablo-Barrio España-Barrio Belén-Pilarica	24.119
47014-Parquesol-Huerta Del Rey	22.461
47013-Delicias	22.410
47012-Arcas Reales-Pajarillos	22.145
47010-Rondilla-Santa Clara-Barrio España	21.875



13. Renta bruta y Renta disponible inframunicipal Tramos de Base Imponible: Total. (s. f.). Agencia Tributaria. <https://www.agenciatributaria.es/AEAT/Contenidos_Comunes/La_Agencia_Tributaria/Estadisticas/Publicaciones/sites/irpfCodPostal/2019/jrubikf44a5ab7a1e14e3ab549262b8a-16cecff3a2b06c2.html> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

14. Visualizar datos en mapa EGEO. (s. f.). Agencia Tributaria. <https://www.agenciatributaria.es/AEAT/Contenidos_Comunes/La_Agencia_Tributaria/Estadisticas/Publicaciones/sites/irpfCodPostal/2019/jrubikf4f548f53ce61f391620583e2ecbb94f0a134360d.html> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Principales centros de población desde 1980

Provincia:

Población por provincias, edad (grupos quinquenales), Españoles/Extranjeros, Sexo y Año

Unidades: Personas

	Españoles			Extranjeros		
	2021	2021	2021	2021	2021	2021
0-4 años						
TOTAL	11.289	8.143	4.714			
Españoles	10.207	7.021	3.844			
Extranjeros	1.082	1.122	870			
5-9 años						
TOTAL	20.204	15.719	11.214			
Españoles	18.422	14.024	9.519			
Extranjeros	1.782	1.695	1.695			
10-14 años						
TOTAL	22.444	18.049	12.214			
Españoles	20.209	15.587	10.000			
Extranjeros	2.235	2.462	2.214			
15-19 años						
TOTAL	22.047	18.039	11.719			
Españoles	20.202	15.473	10.000			
Extranjeros	1.845	2.566	1.719			
20-24 años						
TOTAL	22.207	17.024	11.471			
Españoles	20.209	15.024	10.000			
Extranjeros	2.000	2.000	1.471			
25-29 años						
TOTAL	22.000	17.711	11.007			
Españoles	20.207	15.400	10.017			
Extranjeros	1.793	2.311	1.000			
30-34 años						
TOTAL	22.000	17.000	10.000			
Españoles	20.274	15.000	10.007			
Extranjeros	1.726	2.000	1.700			
35-39 años						
TOTAL	21.000	16.000	10.000			
Españoles	20.114	14.100	9.100			
Extranjeros	1.000	1.900	1.000			
40-44 años						
TOTAL	40.000	21.407	21.110			
Españoles	38.100	19.700	19.000			
Extranjeros	1.900	1.707	2.110			
45-49 años						
TOTAL	40.000	20.201	21.000			
Españoles	38.100	18.000	20.470			
Extranjeros	1.900	2.201	1.530			
50-54 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
55-59 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
60-64 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
65-69 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
70-74 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
75-79 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
80-84 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
85-89 años						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			
90 años y más						
TOTAL	40.000	20.000	20.000			
Españoles	38.100	18.000	18.000			
Extranjeros	1.900	2.000	2.000			

Con estos datos podemos ver que las zonas más ricas son aquellas más próximas al centro de la ciudad y una pequeña parte de Parquesol mientras que las que menos renta poseen son las zonas de Delicias, Pajarillos y Barrio España. También podemos ver que, si consideramos todos los municipios de Valladolid, los del sur tienen una renta más baja en comparación al resto. Por otra parte, la mayoría de los residentes de Valladolid tienen entre 35y 59 años (44% de la población total de Valladolid), seguidos por la población de entre 10 y 29 años (26% de la población total de Valladolid).

15. Población por provincias, edad (grupos quinquenales), Españoles/Extranjeros, Sexo y Año. (s. f.). INE - Instituto Nacional de Estadística. <<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p08/10/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

1.3 HÁBITOS DE CONSUMO

Vamos a hacer una investigación a cerca de los comercios de Valladolid para saber cómo son los hábitos de compra de los consumidores en la ciudad para poder adaptar el Sunday Market en base a eso.

En primer lugar, es importante saber los gastos que tienen dichos comercios, para ello nos valemos del último informe de 2021 en el que podemos ver que los gastos totales de todos los comercios fueron de 3.777.981,89 €.

Repartidos en gastos de personal que supuso 1.378.391,77 €. Gastos para mantener el local que fueron 181.700 €. Materiales necesarios 123.300€. Servicios exteriores como relaciones públicas, servicios de profesionales como una auditoria, vigilancia, viajes o de publicidad los cuales supusieron los mayores gastos 1.811.549,79. Los impuestos en cambio fue el menor de los gastos 39.500€. Los gastos financieros fueron de 53.900€. Por último, otro tipo de gastos como el software o los edificios que supusieron 1.811.549,79€¹⁶.

Queremos que la gente de Castilla y León acuda a nuestro Sunday Market, no solo la gente de Valladolid, por lo que tendremos que saber cuáles son los hábitos de consumo de la población de Castilla y León para luego ofrecer nuestros productos.

Para ello vamos a analizar su el consumo de forma presencial, hemos decidido escoger este ítem ya que el Sunday Market es presencial. En España supone un incremento del 7%, aunque aún falta mes y medio para el cierre de 2022, el pico de más consumo en España fue de un 69,3% en abril de 2021, por lo que ha habido un descenso crítico en los consumidores presenciales españoles. Comparando este dato con el consumo, también presencial, en Castilla y León en 2022 vemos que supone un incremento del 6,8%, solo dos décimas menos que el total de España. Ahora bien, el mayor incremento tanto en Castilla y León como el total en España fue en abril de 2021, pero en este caso Castilla y León obtuvo un incremento de consumo del 80,9% un 11,6% más que el total en España.

Por contra, el punto más bajo en el consumo presencial fue en abril de 2020 coincidente con el confinamiento por la COVID 19, en España supuso un descenso del 45,5% y en Castilla y León de un 51,9%¹⁷.

16. VALLADOLID - PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS AÑO 2022. <https://www.camaravalladolid.com/wp/wp-content/uploads/2022/03/f_Presupuesto-2022.pdf> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

17. Salarios. (s. f.). CaixaBank Research. <<https://realtimereconomics.caixabankresearch.com/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

1.4 NUESTRO PRODUCTO/ MARCA



Aisha eventos ha organizado este octubre la 27ª edición del Sunday Market en el Cículo de Recreo, antiguo casino de Valladolid. Las próximas fechas son el 16, 17 y 18 de diciembre. Este mercado cuenta con firmas nacionales selectas de moda, calzado, joyería, complementos, decoración, arte, productos gourmet... Las marcas son elegidas exclusivamente, buscan aquellas que quieran ampliar su visibilidad, captar nuevos clientes o aumentar sus ventas. Suelen ser pequeñas marcas o marcas emergentes. Eso sí, siempre tienen prioridad las firmas "Made in Spain". Además, antes del COVID durante la jornada del Sunday Market podías disfrutar de conciertos en directo mientras te dabas una vuelta o comprabas en la feria, también había masterclass sobre moda, es decir espectáculo para amenizar la estancia en el Cículo de Recreo¹⁸.



Figura Dossier facilitado por Aisha Eventos



Figura Instagram

18. ¡¡ABIERTA CONVOCATORIA 2022!! ¡¡VUELVE EL SUNDAY MARKET EN VALLADOLID organizado por @aishaeventos !!! Éste es TU EVENTO si: Quieres dar a conocer tu PRODUCTO o SERVICIO Tienes una firma SÚUPER BONITA Volver a encontrarte con tus clientes Quieres captar clientes nuevos Y POR SUPUESTO, disfrutar del fin de semana en Valladolid, trabajando si, pero en un ambiente muuuuy agradable. FECHAS EDICIONES 2022: 25a EDICIÓN - 8, 9 Y 10 ABRIL 26a EDICIÓN - 17, 18 Y 19 JUNIO 27a EDICIÓN - 30 SEPT, 1 Y 2 OCT 28a EDICIÓN - 16, 17 Y 18 DIC Lugar: Circulo de Recreo c/ Duque de la Victoria 6, Valladolid Escribe-nos a info@aishaeventos.com o por MD ¡¡¡ PLAZAS LIMITADAS !!! #sundaymarket #sundaymarketvl #market #markets #valladolid #valladolidspain #planesvalladolid #mercadillo #mercadillos #popup #popupshop #moda #complementos #joyeria #jewelry #art #craft #gourmet #modamujer #modahombre #modaniños #decoracionfloral #madeinspain #hechoenespaña #handmade #marcaespañola #eventos #eventosvalladolid. (2022, 1 marzo). Instagram. <https://www.instagram.com/tv/CajW5WbjeNe/?utm_source=ig_web_copy_link> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

1.5 DAFO

DEBILIDADES

1. Muchas personas no vinculan el nombre de Sunday Market con el evento en sí.
2. Las presentaciones pasadas del evento no han sido muy organizadas: había mucha gente aglomerada y además el dresscode de las chicas no era muy atractivo.
3. Poca publicidad sobre el Sunday Market, en los medios de comunicación masas, cómo la tele o la radio. En concreto en cadenas estatales cómo la 7 de Castilla y León, la 8 de Valladolid o La SER.
4. Sus redes sociales no son muy potentes.

FORTALEZAS

1. La localización del SM es en el centro de la ciudad, de forma que es accesible para muchas personas.
2. Otra forma menos convencional de comprar para aquella gente que no le guste el shopping. Ya que puedes entrar para ver el Círculo de Recreo o tomarse un chocolate caliente.
3. Regalos originales, ya que son marcas locales.
4. El mercado es dentro de un edificio, así que el frío no es un problema. Además, el espacio es amplio y bonito y se pueden hacer cosas creativas en él.

AMENAZAS

1. OTROS MERCADOS SIMILARES AL SM
 - Sweet Market Salamanca
 - Mercado de navidad de Salamanca
 - Mercado de navidad de León
 - Feria textil y calzado de Ifema, MOMAD
 - Feria Outlet de Valladolid
 - Mercado de navidad de Palencia
 - Mercado de navidad de Valladolid
2. Centros comerciales, como los Corte Inglés del centro, Rio Shopping o Vallsur, o la calle Santiago de tiendas fast fashion.

OPORTUNIDADES

1. Las fechas de los mercados parecidos al Sunday Market no coinciden explícitamente con las del SM. Hay muchos que duran más de dos semanas, por lo que la gente puede organizarse para ir a cada mercado.
2. Se celebra por unas fechas cercanas a la Navidad. Además, se celebra un viernes, sábado y domingo, que es cuando la gente dispone de más tiempo para salir.
3. Cada vez hay más personas interesadas en marcas locales y ecológicas, que son parte de las marcas que el SM trae.
4. La mayor parte de la población vallisoletana entra en el rango de edad de nuestro público objetivo.
5. A la sociedad española, al igual que en otros países del Mediterráneo, le gusta mucho salir a hacer *window shopping* como forma de ocio.

2. ESTRATEGIA

2.1 OBJETIVOS

- 1 Dar a conocer el Sunday Market como evento de relevancia en la ciudad de Valladolid
- 2 Conseguir más amplitud y evitar la aglutinación de gente en el lugar de venta
- 3 Crear un espacio de ocio y esparcimiento en el propio lugar de venta (evitar que el SM sea solo un lugar para ir a comprar e irte rápidamente, si no que sea un lugar también para pasar el rato y relajarse)
- 4 Aumentar nuestro público joven: el 30%-40% de los expositores tienen que ser jóvenes de entre 20 y 30 años.
- 5 Mejorar nuestra presencia en RRSS (presencia en las principales redes sociales y página web)

2.2 SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN POR EDADES

La edad de entre los **41 y 52** es una etapa de transición, hay rasgos del rango anterior y posterior que encajan aquí perfectamente. También pueden tener cierta influencia de los hijos en el ámbito de gustos o incluso de los "nuevos" estilos de vida.

Las personas de entre **30 y 40**: visten más juveniles, normalmente les gustan las plataformas/ tacones, los playeros, etc., es decir, son mucho más versátiles en cuanto a los gustos de moda. Normalmente consumirán más contenido en redes sociales y conocerán más todas las tendencias que van apareciendo. Puede ser que estén más concienciados con causas sociales como el ecologismo al ser mujeres más jóvenes.

Por último, características que podemos ver en personas de entre **53 y 65 años**: compras más enfocadas a la familia, a los hijos o nietos. Si tienen hijos, estos ya serán algo más mayores y por tanto más independientes. Además, puede que alguna de estas mujeres ya se esté acercando a la jubilación o tenga un trabajo más estable en el que lleva ya muchos años. Por tanto, contarán con más tiempo libre para invertirlo en ocio y compras. Por estas edades, las personas tienden a tener mascotas porque están más solas en casa, si tienen hijos puede que estos ya se hayan independizado. Por otra parte, las personas más mayores tienden a ir a comprar más en pareja que las personas más jóvenes.

S. SOCIOECONÓMICOS

Nos dirigimos principalmente a **mujeres de entre 30 y 65 años** que tengan cierta capacidad económica puesto que las marcas del SM tienen precios algo más elevados. Obviamente, estás pagando por algo hecho en España, muchas veces de manera artesanal, por pequeñas empresas que no cuentan con los medios de una multinacional que permiten que el proceso productivo sea menos costoso y, por tanto, pueden reducir más los costes.

PERSONALIDAD

Mujeres que cuidan su aspecto, interesadas por la **moda** y el estilo **vintage**, interesadas por **ir de compras como forma de ocio**. También interesadas por impulsar el comercio nacional y las pequeñas empresas.

Un rasgo interesante, es que, si ves algo que lleva puesto un famoso, por ejemplo, la reina Leticia, al llevar prendas de Inditex o de fast fashion, que tienen un rango de precios bastante accesible para todas las economías, suelen copiar el estilo. Ya que tenemos la idea de que si lo llevan una persona famosa es porque tiene algún estilista y sabe

Aunque el SM va dirigido principalmente a mujeres de entre 30 y 65 años, también se pueden emplear técnicas que permitan atraer a personas de otros públicos diferentes y así poco a poco ir abriendo ese rango de edad en el público objetivo del SM. Principalmente, queremos ir atrayendo a la gente más joven (mujeres de entre 20-30 años), que además formarán parte en unos años de nuestro principal target.

S. GEOGRÁFICOS

Habitantes de **Castilla y León y Madrid** (los madrileños suelen venir mucho en navidades).

BENEFICIOS BUSCADOS

Dado que el próximo mercadillo es muy próximo a la Navidad, suponemos que uno de los principales objetivos del público es **encontrar presentes para familiares o amigos**. Otro objetivo podría ser pasar tiempo de ocio mientras das una vuelta por el mercado. También puedes buscar apoyar las pequeñas marcas con origen en España o establecer contacto con otros emprendedores o diseñadores.

En el caso de los expositores, les sirve para conseguir contactos, vender sus productos y darse a conocer.

2.3 ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

Estrategia de segmentación diferenciada: me dirijo a un público específico con mi mensaje ("Atrapados en los 90": salen influencers ahí tipo gran hermano, pues claro, se dirigen a los más jóvenes, que podrán ser los que conocen a estos influencers).

Para los jóvenes y los de entre 30 y 40 años: el traer a expositores jóvenes puede atraer a públicos más joven, tendencias de ropa o joyería que se lleva ahora entre los jóvenes (Tiendas como Color Funk, Utópica, Cascanueces)

A las personas de entre 41 y 65 años las atraeremos manteniendo una parte del tipo de expositores que suele albergar el SM. Es decir, no nos preocuparíamos tanto por traer a expositores muy innovadores o que se salgan de la línea , ya sea en cuanto a sus productos en cuanto a su forma de producir, con respecto a los demás.

2.4 INSIGHT

Ahora mismo el mundo está muy globalizado y hay ciertas tiendas que controlan el sector de la moda. Todos compramos en los mismos sitios y al final vestimos con la misma ropa. Pero nosotros ofrecemos productos únicos ya que nuestros expositores no realizan producción en serie, se trataría más bien de procesos cercanos a lo artesanal.

A partir de esta idea, queremos plantear el insight que vamos a seguir en toda la campaña. Llega la Navidad y con ella el momento de abrir tus regalos.

Resulta que te han regalado dos cosas iguales, por ejemplo, dos pares de calcetines prácticamente iguales. Sonríes, haces como que no pasa nada y que te ha gustado el regalo, pero realmente te decepciona un poco. ¿Enserio nadie sabía que otra cosa podía regalarte? Algo con más personalidad, algo adaptado a quien tu eres y lo que te gusta, algo diferente a lo de todos los años. Ya tienes el cajón lleno de calcetines de todas las navidades, este año esperabas algo único.

eslogan

**QUERIDOS REYES MAGOS...
ESTE AÑO QUIERO ALGO DIFERENTE**



3. ACCIONES Y MEDIOS

Utilizaremos las redes sociales para llegar a nuestro público objetivo más joven (mujeres de entre 30 y 40). Pero también para ir probando que tal nos reciben las mujeres más jóvenes aun, de entre 20 y 30 años. El resto de acciones de BTL tendrán como principal objetivo llegar al resto de nuestro target. Siendo esta distinción para nada excluyente.

Para realizar prácticamente todas nuestras acciones debemos facilitar al Ayuntamiento de Valladolid una memoria sobre cuál sería el objeto de las actividades a realizar, así como los días en que se realizarán. De esta forma el Ayuntamiento y la policía estarían informados de la actividad y podríamos realizar las acciones sin imprevistos y malentendidos, es decir de forma legal y controlada.

3.1 ACCIONES PREVIAS

3.1.1 “Yo Sunday tú Market”

En primer lugar, vamos a realizar un concurso llamado “Yo Sunday tú Market” con la finalidad de dar a conocer el Sunday Market. Esta actividad se realizará el sábado 10 de diciembre, una semana antes del market y haremos preguntas relacionadas con ello. Con esto conseguimos explicar bien qué es el mercado, ya que mucha gente de Valladolid y alrededores no sabe lo que es. Al hacerlo una semana antes vamos calentando motores y motivando a la gente para que vaya, además de que añadan en su calendario esta fecha y evitar que haya planes ese día que impidan que vayan al evento si no lo hacemos con tiempo.



Además, el concurso se grabará para colgarlo en las diferentes redes sociales consiguiendo así llegar a más gente aparte de los que el 10 de diciembre estuvieron en la plaza mayor. Las redes sociales utilizadas serán Instagram, la red social informativa para los más jóvenes; Facebook, para la gente más mayor de nuestro target de 53 a 65 años; y, por último, en Twitter. Esta red social nos permite llegar a ese target intermedio que utiliza esta red para informarse de las noticias de actualidad.

Por tanto, este concurso se realizará por la tarde durante una hora más o menos concreta pero que puede variar dependiendo de la participación que haya. Las 18:00 h será la hora elegida en primera instancia, ya que a esas horas ya es de noche y la gente aprovecha para salir a la calle y ver las luces de navidad o dar una vuelta por el centro. Nos centramos en preguntas relacionadas con el Sunday Market, por ejemplo:

- Les ensañamos el logo del Sunday Market y les preguntamos si saben qué es esto.
- Mostramos una foto del círculo de recreo y preguntamos si saben qué se realiza ahí en diferentes épocas del año.
- También podemos mostrar una foto por dentro del círculo de recreo con los expositores y procedemos a preguntarles si saben dónde es eso y qué es.

Para hacerlo más fácil, cada pregunta tendrá varias opciones de respuesta de las cuáles solo 1 será la correcta. Si no aciertan la respuesta deberán recibir un castigo, en el que tendrán que subir un storie en Instagram o un estado en WhatsApp, explicando de qué va el Sunday Market y mostrando la fecha en que se realizará, es decir, los días 16,17 y 18 de diciembre.

Otro castigo también podrá ser que llamen a alguien de su lista de contactos, por teléfono, con la intención de hacerle una broma. Por ejemplo, decir que ha ido a la gasolinera para echar aire a las ruedas del coche y que le han cobrado 100 € porque se trataba de un tipo de aire premium. Pero la gracia está que echar aire a las ruedas del coche es gratis, por lo que la otra persona se quedará exhausto. Este es un ejemplo de esta broma: <https://vm.tiktok.com/ZMFu1dENb/>

Por el contrario, si aciertan las preguntas, habrá obsequios. Se creará un calendario de adviento de 120 cm x 80 cm customizado para dar los premios a los ganadores del concurso. El calendario de adviento tendrá la foto de la fachada del Círculo de Recreo. La gente al verlo podrá hacerse a la idea de donde se realiza el Sunday Market. Los regalos del calendario serán pequeños obsequios cedidos por los propios expositores. Nos costaría alrededor de 50 €.



Esta acción de street corresponde a la publicidad BTL, relacionada con la interacción, ya que nuestro objetivo es que la gente participe. Ahí entraría la acción de los presentadores del concurso, que en este caso seríamos Alba, Elsa y Sara, para invitar a la gente de una forma atractiva y convencerles para que quieran participar en nuestro concurso.

Con este concurso logramos atraer más al consumidor, cansado de la publicidad en medio masivos y que percibe esa comunicación como intrusiva. De esta forma conseguimos que no se perciba cómo publicidad del Sunday Market y resulte ameno y divertido, la opción perfecta para pasar un buen rato.

3.1.2 Carteles

Vamos a colocar carteles en la calle Santiago, justo a la entrada de la plaza para anunciar el evento (atraer a los consumidores que van al mercado navideño de la Plaza Mayor). Los carteles serán de 1.1m x 1.8m, y de lona de poliéster, para que resista el mal tiempo. Los carteles más los soportes (que costarían 39,99€ los dos) nos salen a 197,48 €¹⁹.



Datos presupuestarios proporcionados por el Ayuntamiento de Valladolid.

Queridos Reyes

Magos:

Este año quiero
algo

diferente



19. Lonas publicitarias, Pixartprinting <<https://www.pixartprinting.es/>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

3.1.3. “¿A dónde me llevan estas huellas?”

Se trata de un elemento de intrusión dentro de las acciones below the line, ya que vamos a colocar unas huellas en la calle que no había antes. Para ello pondremos 20 huellas de 25 cm cada una que vayan desde la entrada de la Plaza Mayor (conexión con Calle Santiago) hasta la entrada del Círculo de Recreo dónde se celebrará el Sunday Market.

Hemos querido escoger justo el centro de Valladolid, ya que puede ser un centro de encuentro para muchas personas y además, con la ayuda de las huellas les llevamos hasta el lugar dónde haremos el mercado, cómo una especie de GPS. También se trata de una especie de juego promocional dónde atraemos al consumidor a participar en el juego de “A ver dónde me llevan estas huellas”.

El material de dichas huellas será rugoso, es decir material antideslizante por si llueve que no resbale y evitar riesgos. Además, contamos con un Seguro de Protección Civil en caso de accidente.

El precio por esta acción se divide en dos pagos, uno que se destinará al ayuntamiento por ocupación de la vía pública que serían 78,65€. Y otro para la realización de las huellas, para lo cual contamos con Reprografía Huerta del Rey, especializada en impresión de gran formato para la calle. Ellos nos realizarán la impresión de las huellas en un vinilo de corte laminado para que no resbale y el precio sería de 29€. El total es de 107,65€.

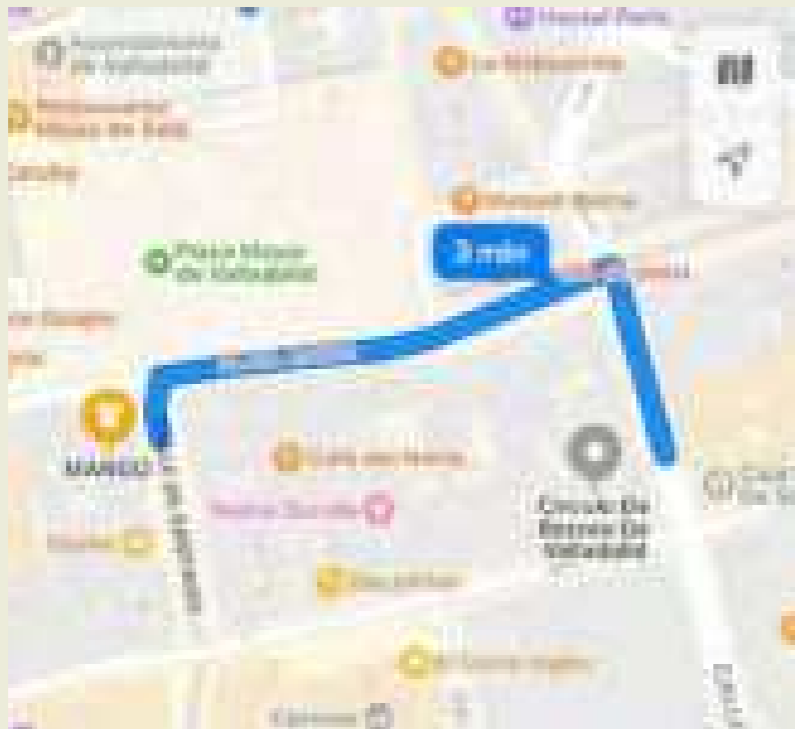


Figura. Mapas aplicación IOS

3.1.4 Maniquíes

También publicitaremos el evento mediante maniquíes, serán un total de ocho. Cada expositor facilitará un maniquí que podrá vestir como desee. Nuestra idea es que pueda vestirlo con sus propios productos para así promocionarlos. Después colocaremos 6 de estos maniquís en la vía pública, concretamente en Plaza Martí y Monso, Plaza del Poniente, Acera Recoletos, Calle Ferrari, Plaza de Portugalete y en el Campo Grande. Los otros dos maniquíes los colocaremos en los locales de unos conocidos nuestros: en el restaurante “Villa Paramesa” (situado al lado de la Plaza del Poniente) y en el bar “El Colmao de San Andrés” (situado en la Calle del Párroco Domicio Cuadrado).

La idea es colocar los maniquíes en la vía pública en posiciones que imiten a una persona cualquiera. Por ejemplo: podemos ponerlos en un banco sentados, o en un bar sentados en la barra tomando un café. La idea es ponerlos de una forma que llame la atención de las personas que pasen por el lugar. En cada maniquí colgaremos un cartelito del Sunday Market que además tendrá código QR que al escanearlo mostrará la localización exacta del evento.

Los maniquíes serán expuestos entre los días 12 y 18 de diciembre. El permiso por poner los maniquíes en la vía pública asciende a 141,57 €. Las 6 fundas identificatorias cuestan 8,45 €. Y con respecto a los folletos para colgárselos a los maniquíes, si compramos la cantidad mínima de 25 unidades, nos saldría a 8,71 €. En total 158,73 €.

El principal objetivo de esta acción es llamar la atención de los viandantes y que, al acercarse a ver los maniquíes, acaben por leer el nombre de Sunday Market e incluso escaneen el código qr. Los maniquíes siempre suelen estar en los escaparates, no por la calle “actuando como personas normales”. Esa descontextualización de este objeto es lo que sorprende y atrae. Además, tiene mucho sentido utilizarlos ya que el principal sector en el que se centra el Sunday Market es en el de la moda.

3.2 ACCIONES DURANTE EL Sunday Market

3.2.1 “Búscate a un amigo”

Pese a las acciones de promoción previas al Sunday Market que vamos a realizar, creemos que es igual de importante seguir haciendo promoción durante los días del mercado. Por ello hemos creado “Búscate a un amigo”. Alguna de las empleadas del Sunday Market saldrá a las calles cercanas al Círculo de Recreo con un micrófono a hablar con los viandantes. La propuesta que se les hará es: ¡búscate a un amigo! Si acudes al Sunday Market con un desconocido al que hayas conseguido convencer para entrar a ver el mercado, puedes recibir un pequeño regalo. Éstos regalos serán del calendario de adviento que hemos mencionado anteriormente. Todos los que consigan superar este reto podrán elegir que ventanita del calendario abrir.

De esta forma, existiría una interacción con nuestros consumidores. Intentaremos que este reto vaya dirigido a mujeres dentro de nuestro target. Sin embargo, también podemos preguntar a gente fuera de nuestro público objetivo para ir analizando cuál es su reacción ante el Sunday Market y si en ediciones posteriores quizá podemos ir ampliando nuestro target.

Las calles por las que vamos a movernos para realizar esta pregunta son: calle Constitución, calle Regalado, calle Duque de la Victoria y Plaza Mayor. Esta acción se realizará los días 16, 17 y 18 de diciembre, es decir, los días que se celebra el SM. La empleada encargada de lanzar el reto saldrá a la calle durante 30 minutos por la tarde cada uno de los días, pudiendo lanzar la propuesta a unas 5 o 6 personas.

Por otro lado, grabaremos vídeos sobre esta acción para subirlo a nuestras redes sociales. Creemos que la interacción con los viandantes puede ser divertida y darnos contenido fresco y entretenido. Por supuesto, tendríamos que solicitar en el Ayuntamiento de Valladolid los permisos pertinentes para poder llevar a cabo “Búscate a un amigo”. Debemos solicitarlos con al menos veinte días de antelación.

BÚSCATE A UN AMIGO



3.2.2 Chocolatada

En el hall del Círculo de Recreo habrá un stand dónde ofreceremos chocolate caliente, para eso disponemos de un permiso alimenticio que nos permite ofrecer comida. Esta acción surge tras la necesidad de liberar la zona de los expositores, ya que en otras ediciones hemos visto una ausencia de espacio para que la gente pueda estar a gusto y sin aglomeraciones durante su estancia en el Sunday Market.

Como hemos dicho anteriormente, vamos a ofrecer chocolate caliente, muy relacionado con la navidad, por lo que logramos esa relación del Sunday Market con la época en que se realiza, próxima a la navidad. También empleamos con esta acción el marketing sensorial, en este caso relacionado con el olfato y el gusto. La navidad es la época del año dónde hace frío y te apetece tomarte algo caliente y más si está relacionado con un chocolate, que a mucha gente le gusta. Al emitir la cacerola del chocolate ese olor tan característico nuestros clientes experimentarán esa relación con la navidad. Además ese aroma puede atraer a los viandantes hacia nuestro espacio.

Este obsequio también surge tras la necesidad de que la gente no tenga que esperar en la calle, ya que hace frío. Por tanto, su espera en el hall podrá ser más amena. Como no queremos que se aglomere la gente en la zona de los expositores, iremos controlando el aforo de la gente que va subiendo a la primera planta (lugar de los expositores), por tanto, el hall será un lugar de espera.

Los vasos que ofrecemos irán con una pegatina identificativa, para promocionar más el Sunday Market, ya que si por ejemplo la gente sale con el vaso otras personas lo pueden ver y así logramos darnos a conocer un poco más. Dichos vasos de cartón los obtendremos de Makro, 1000 unidades por 89,84 €²⁰.



20. Vasos de cartón para café kraft 120ml contapa (1000uds). (s. f.). Makro <<https://www.makro.es/marketplace/product/b09e4305-4a90-43f2-bb7a-1ad429245592>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

El chocolate lo elaboramos nosotras mismas, utilizando tabletas Valor. Viertes un litro de leche junto con una tableta y obtienes 8 vasos de chocolate caliente (120 ml/vaso). Nosotras queremos ofrecer 100 vasos al día, solo ofreceremos chocolate por la tarde, ya que solemos conectar la tarde con relax, además se junta que cae la noche bastante pronto, hace más frío y a la gente le apetece algo caliente.

Para ello nos abasteceremos de la tienda para mayoristas Makro, cada día necesitaremos 13 tabletas de chocolate valor a la taza, cada tableta cuesta 2,52 € x 39 tabletas entre los 3 días sería un total de 104,17 €²¹. También necesitamos leche para hacer la chocolatada, en un día utilizaremos 13 briks de leche de 1l, en Makro venden 6 briks por 5,19€. Para los tres días necesitamos 39 briks de leche y cómo vienen en packs de 6 necesitamos 7 packs de leche en total para los 3 días, que sería un total de 36,33 €²². Nuestra chocolatada supondría un total de 140,5 € entre los 3 días.

Este puesto de chocolatada estará situado en la pared que se ve nada entrar por la puerta tras subir las escaleras del Círculo de Recreo. Hemos escogido esa pared ya que es la más visible a primera vista, además es en la que menos se estorba, ya que no hay puertas de acceso a otras salas, salvo del lado de la escalera que hay una entrada a otra habitación.

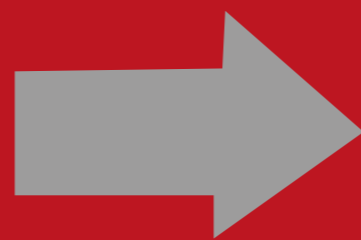


Para anunciar que ofrecemos chocolate hemos elaborado unos carteles tamaño A3 para colocar en los alrededores del Círculo de Recreo, tras pedir los permisos necesarios. Hemos escogido uno de los versos del conocido villancico "La chocolatera" para llamar la atención de los viandantes al hacer referencia a una canción navideña muy conocida. La mayoría de las mujeres que forman nuestro target conocerán este villancico o al menos les sonará.

21. Chocolates Valor Chocolate a la taza 300g. (s. f.). Makro. <<https://tienda.makro.es/shop/pv/BTY-X186624/0032/0021/Chocolates-Valor-Chocolate-a-la-taza-300g>> [Consulta: 23 de noviembre de 2022]

22. Aro Leche entera 1L 6 unidades. (s. f.). Makro. <<https://tienda.makro.es/shop/pv/BTY-X193987/0032/0021/aro-Leche-entera-1L-6-unidades>> [Consulta: 23 de noviembre de 2022]

**María, María,
ven acá
corriendo
que el
CHOCOLATILLO
te lo están
comiendo**



CÍRCULO DE RECREO, A 500 M



**María, María,
ven acá
corriendo
que el
CHOCOLATILLO
te lo están
comiendo**



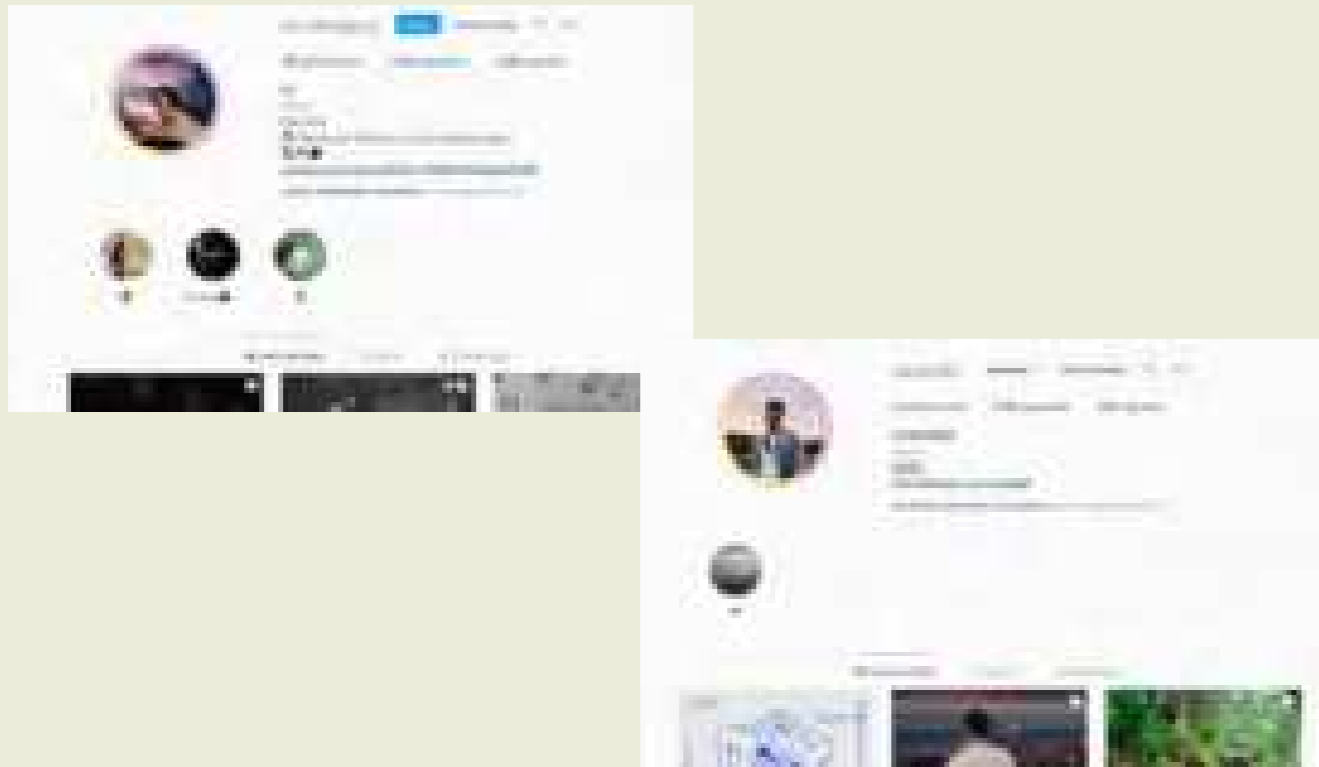
CÍRCULO DE RECREO, A 500 M

3.2.3 Grupos música

Queremos que el Sunday Market no sea únicamente un mero espacio donde realizar compras e irte. Buscamos crear un ambiente tranquilo, acogedor, donde pasar un rato agradable mientras realizas algunas compras. Buscamos eliminar esa ansiedad que puede surgir a veces durante el proceso de decisión de compra.

Por ello, creemos que es importante cuidar el espacio desde el punto de vista sonoro, y no solo visual. Vamos a incluir actuaciones de pequeños grupos de música o solistas dentro del mercado. La idea es crear un espacio donde cantantes poco conocidos o que están empezando a crecer puedan ganar visibilidad y experiencia. Les ofreceríamos el espacio de manera gratuita y si el presupuesto nos lo permite intentaremos pagarles algo de dinero.

Priorizaríamos que acudan artistas vallisoletanos al mercado, aquí tenemos algunos con los que nos gustaría contar:



Además, podríamos contar con alguna actuación del Coro de Gospel "Good News" de Simancas. Una de nosotras conoce al director de ese coro y al contactar con ellos nos han dicho que pueden actuar de manera gratuita. De todas formas, lo mismo que hemos comentado antes, si nos lo permite el presupuesto queremos pagarles algo. Nuestro presupuesto es muy reducido y no podemos pagar todo lo que querríamos, pero lo intentaremos para que su trabajo se vea reconocido y valorado.

3.2.4 Azafatas

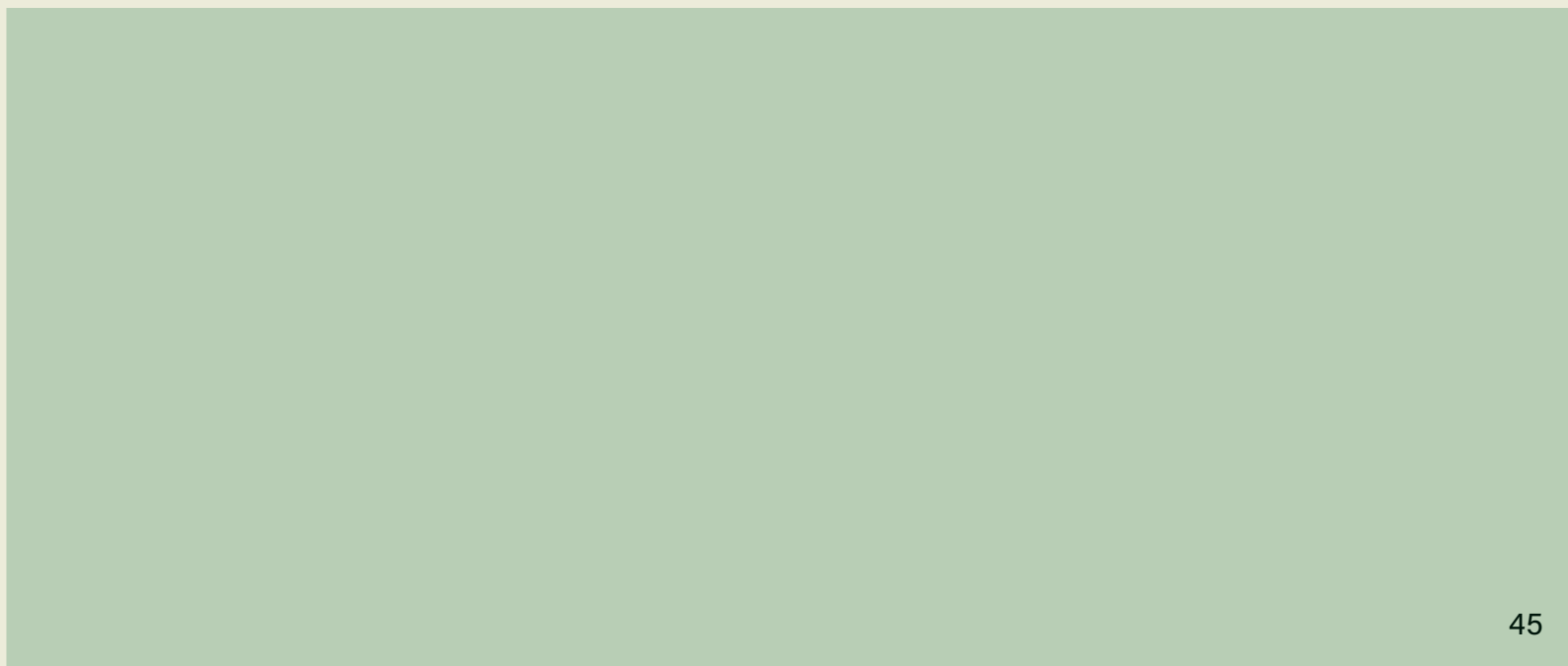
Las azafatas participarán en el concurso "Yo Sunday tú Market" y durante los días que se celebre el Sunday Market.

Para el concurso, se necesitarán 3 azafatas: una de ellas interceptará a la gente y les hará las preguntas, otra de ellas se encargará de llevar el calendario de adviento y dar los regalos en caso de que el concursante gane y la tercera azafata se encargará de grabar el concurso para después subirlo a redes sociales.

Para los días en los que se celebre el Sunday Market, las azafatas estarán en el hall. Una se encargará de controlar las personas que suben a ver a los expositores y a las que salen de verlos. Así conseguimos evitar aglomeraciones. El resto se encargará de servir los vasos de chocolate caliente.

Por último, para la acción de "Búscate un amigo" también necesitaremos dos azafatas: una que grabe y otra que interactúe con los transeúntes.

Las azafatas irán vestidas con rojo en la parte superior y con vaqueros en la parte inferior, para que se les distinga del resto de las personas.



3.2.5 Mock up decoración fachada



La fachada queremos decorarla con luces de navidad, en concreto cortinas de leds que caigan por las ventanas del primer piso. Además, colocaremos un cartel que anuncie que allí se está celebrando el Sunday Market.

Además, colocaremos una pegatina que cubra parte del cristal de la puerta en el que se vea el logo del Sunday Market.

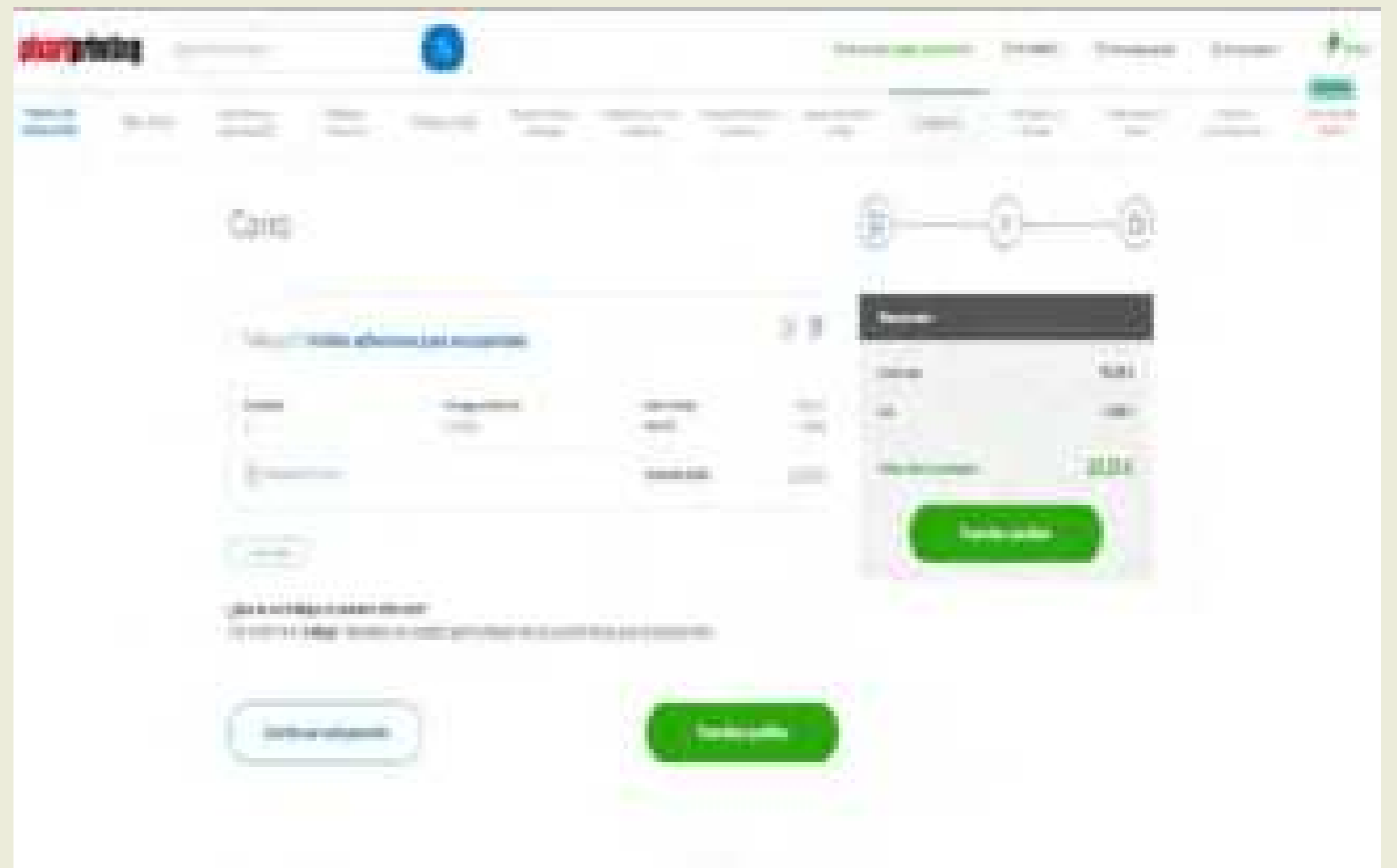


4. PLANIFICACIÓN TEMPORAL Y PRESUPUESTOS

DICIEMBRE 2022

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10 YO SUNDAY TU MARKET	11
12	13	14	15 CARTELERÍA MANIQUÉS HUELLAS	16 BÚSCATE A UN AMIGO SUNDAY MARKET CARTELERÍA MANIQUÉS CHOCOLATADA HUELLAS	17 BÚSCATE A UN AMIGO SUNDAY MARKET CARTELERÍA MANIQUÉS CHOCOLATADA HUELLAS	18 BÚSCATE A UN AMIGO SUNDAY MARKET CARTELERÍA MANIQUÉS CHOCOLATADA HUELLAS
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

	UNIDADES/PACK	PRECIO POR UNIDAD O PACK	PRECIO TOTAL
CARTELES SM			
Papelería	2 carteles	58,75€/ud	117,50 €
Soportes para carteles	2 soportes	39,99€/ud	79,98 €
Permisos Ayuntamiento	2 permisos	2,58€/ud	5,17 €
TOTAL			197,48 €
VINILOS CHOCOLATE			
Permisos Ayuntamiento	8 permisos	2,58€/ud	20,64 €
Papelería	8 carteles	3,54€/ud	28,35 €
TOTAL			48,99 €
CHOCOLATADA			
Tabletas de chocolate	13 tabletas	7,92€/ud	104,17 €
Bricks de leche	7 packs de 6	5,9€/pack	36,33 €
Vasos	pack 1000 uds	89,84€/pack de 1000 uds	89,84 €
Pegatinas	pack 1000 uds	90,22€/ pack de 1000 uds	90,22 €
TOTAL			320,56 €
MANIQUÉS			
Permisos Ayuntamiento	6 permisos	23,59€/ud	141,57 €
Fundas identificatorias	Pack de 6	8,45€/pack de 6 unidades	8,45 €
Folletos	pack de 25 uds	8,71€/ pack de 25	8,71 €
TOTAL			158,73 €
HUELLAS			
Permisos Ayuntamiento	20 permisos	3,93 €	78,65 €
Papelería	20 huellas	1,45€/ud	29 €
TOTAL			107,65 €
LUCES FACHADA			
cantidad en metros	8 tiras de 0.4m - 0.6m	6€/tira	45,06 €
TOTAL			45,06 €
VINILOS LOGO			
Papelería	2 vinilos	11,61€/ud	23,23 €
TOTAL			23,23 €
TOTAL DE TODAS LAS ACCIONES			901,70 €
PRESUPUESTO SOBRANTE DESTINADO A LOS GRUPOS MUSICALES Y AL CORO			98,30 €



Trabajo de Lonas de tela			
Cantidad	Entrega estimada	Costo trabajo	27,11 €
1	20/10/2022	IVA (21%)	22,26 €
Características del trabajo		Importe total	117,30 €
Forma	Forma	Material	
Rectangular	Rectangular	Tejido 100 % poliéster 235 g/m²	
Forma de costura	Forma de costura	Medida	
4	4	110	
¿Se incluye soporte?	¿Se incluye soporte?	Impresión	
Todo el perímetro	Todo el perímetro	Vertical	
¿Se incluye transporte y montaje/desmontaje?	¿Se incluye transporte y montaje/desmontaje?		
Ninguna	Ninguna		



Oedim Banners con Soporte X 60x160 | Expositor publicitario Fabricado en Lona frontlit 420gr Impresa a Todo Color. 1 Cara. Banners con Soporte X, Expositor publicitario Desmontable.

Para el ratón por encima de la imagen para ampliarla

★★★★★ - 1 valoración

39,95 €

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

Form with header, logo, and barcode.

6. BIBLIOGRAFÍA

Nueva edición del Sweet Market Salamanca. (2022, 25 marzo). Noticias Salamanca. <<https://noticiassalamanca.com/empresas/nueva-edicion-del-xviii-sweet-market-salamanca/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

El XVII Sweet Market Salamanca se celebrará este año de manera presencial. (201d. C., octubre 12). Noticias Salamanca. <<https://noticiassalamanca.com/empresas/xvii-sweet-market-salamanca/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Market, S. (2022, 4 octubre). ÚLTIMAS PLAZAS para la última edición del año! 16, 17 y 18 de DICIEMBRE! Éste es TU EVENTO si: - Quieres dar a conocer tu PRODUCTO o SERVICIO - Tienes una firma SÚUUPER BONITA - Volver a encontrarte con tus clientes - Quieres captar clientes nuevos - Y POR SUPUESTO disfrutar del fin de semana en Valladolid, trabajando si, pero en un ambiente muy agradable. Entra en el link de nuestro Bio y solicita información. ESTAMOS DESEANDO CONOCERTE!! #sunday-market #sundaymarketvll #aishaeventos #market #Valladolid #popular #popupshop #moda #complementos #joyería #jewelry #art #gourmet #ilustraciones #madeinspain #hechoconamor #hechoenespaña #marcaespañola. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CjSoakjKp4G/?utm_source=ig_web_copy_link> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

RAÚL (15/11/2021): "Mercado de Navidad de la Plaza Mayor de Valladolid" en Ocio Valladolid <<https://ociovalladolid.com/mercado-navidad-plaza-mayor-valladolid/>> [Consulta: 11 de noviembre, 2022]

RADIO PALENCIA (03/12/2021): "El Mercado Artesanal Navideño de Palencia incorpora talleres para niños de creación de joyas y robots" en Cadena Ser <<https://cadenaser.com/castillayleon/2022/11/11/el-parque-eolico-pisuerga-tambien-se-cae-radio-palencia/>> [Consulta: 11 de noviembre, 2022]

Mercadillo Navideño Salamanca 2021/22. (2021, 26 noviembre). Noticias de Salamanca 2022. <<https://noticiasdesalamanca.es/2021/11/mercadillos-navideno-salamanca-2021-22.html>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

Navidad 2022 en Salamanca. Programación cultural y eventos de ocio. (2022, 22 noviembre). Agenda cultural y eventos de ocio en Salamanca. <<https://www.salamancalia.es/evento/navidad-2022-en-salamanca-programacion-cultural-y-eventos-de-ocio/>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

Feria outlet en Valladolid. (2022, 6 octubre). Ocio Valladolid. <<https://ociovalladolid.com/feria-outlet-valladolid/>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

¿Qué es Momad? (s. f.). Momad. <<https://www.ifema.es/momad/que-es>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

11. Gran expectación ante la primera edición de Momad Metrópolis. (2013, 5 septiembre). Revista del Calzado. <<http://revistadelcalzado.com/gran-expectacion-ante-la-primera-edicion-de-momad-metropolis/>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

(2022, 12 octubre). 25 de Noviembre al 06 de Diciembre 2022 Feria de navidad en Leon. Informacion de mercados y ferias. <<https://www.demercadosmedievales.info/25-de-noviembre-al-06-de-diciembre-2022-feria-de-navidad-en-leon/>> [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

Renta bruta y Renta disponible inframunicipal Tramos de Base Imponible: Total. (s. f.). Agencia Tributaria. <https://www.agenciatributaria.es/AEAT/Contenidos_Comunes/La_Agencia_Tributaria/Estadisticas/Publicaciones/sites/irpfCodPostal/2019/jrubikf44a5a-b7a1e14e3ab549262b8a16cecff3a2b06c2.html> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Visualizar datos en mapa EGEO. (s. f.). Agencia Tributaria. <https://www.agenciatributaria.es/AEAT/Contenidos_Comunes/La_Agencia_Tributaria/Estadisticas/Publicaciones/sites/irpfCodPostal/2019/jrubikf4f548f53ce61f391620583e2ecbb94f0a134360d.html> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Población por provincias, edad (grupos quinquenales), Españoles/Extranjeros, Sexo y Año. (s. f.). INE - Instituto Nacional de Estadística. <<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p08/l0/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

VALLADOLID - PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS AÑO 2022. <https://www.camaravalladolid.com/wp/wp-content/uploads/2022/03/f_Presupuesto-2022.pdf> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Salarios. (s. f.). CaixaBank Research. <<https://realtimeeconomics.caixabankresearch.com/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Chocolates Valor Chocolate a la taza 300g. (s. f.). Makro. <<https://tienda.makro.es/shop/pv/BTY-X186624/0032/0021/Chocolates-Valor-Chocolate-a-la-taza-300g>> [Consulta: 23 de noviembre de 2022]

Aro Leche entera 1L 6 unidades. (s. f.). Makro. <<https://tienda.makro.es/shop/pv/BTY-X193987/0032/0021/aro-Leche-entera-1L-6-unidades>> [Consulta: 23 de noviembre de 2022]

Vasos de cartón para café kraft 120ml con tapa(1000 uds). (s. f.). Makro <<https://www.makro.es/marketplace/product/b09e4305-4a90-43f2-bb7a-1ad429245592>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]

¡¡ABIERTA CONVOCATORIA 2022!! ¡¡VUELVE EL SUNDAY MARKET EN VALLADOLID organizado por @aishaeventos !!! Éste es TU EVENTO si: Quieres dar a conocer tu PRODUCTO o SERVICIO Tienes una firma SÚUUPER BONITA Volver a encontrarte con tus clientes Quieres captar clientes nuevos Y POR SUPUESTO, disfrutar del fin de semana en Valladolid, trabajando si, pero en un ambiente muuuuy agradable. FECHAS EDICIONES 2022: 25a EDICIÓN - 8, 9 Y 10 ABRIL 26a EDICIÓN - 17, 18 Y 19 JUNIO 27a EDICIÓN - 30 SEPT, 1 Y 2 OCT 28a EDICIÓN - 16, 17 Y 18 DIC Lugar: Circulo de Recreo c/ Duque de la Victoria 6, Valladolid Escríbenos a info@aishaeventos.com o por MD ¡¡¡ PLAZAS LIMITADAS !!! #sundaymarket #sunday-marketvll #market #markets #valladolid #valladolidspain #planesvalladolid #mercadillo #mercadillos #popup #popupshop #moda #complementos #joyeria #jewelry #art #craft #gourmet #modamujer #modahombre #modaniños #decoracionfloral #madeinspain #hechoenespaña #handmade #marcaespañola #eventos #eventos-valladolid. (2022, 1 marzo). Instagram. <https://www.instagram.com/tv/CajW5Wbje-Ne/?utm_source=ig_web_copy_link> [Consulta: 10 de noviembre de 2022]

Lonas publicitarias, Pixartprinting <<https://www.pixartprinting.es/>> [Consulta: 22 de noviembre de 2022]